

Назив предмета: **МАРКЕТИНГ У ТУРИЗМУ И УГОСТИТЕЉСТВУ**

Годишњи фонд часова: **60 часова**

Разред: **трећи**

Циљеви предмета: - **Оспособљавање ученика за успешне маркетиншке и продајне технике у области пружања услуга у туризму и угоститељству**

ТЕМА	ЦИЉЕВИ	ИСХОДИ По завршетку теме ученик ће бити у стању да:	ПРЕПОРУЧЕНИ САДРЖАЈИ ПО ТЕМАМА	НАЧИН ОСТВАРИВАЊА ПРОГРАМА
Увод у маркетинг у туризму	<ul style="list-style-type: none"> Упознавање ученика са појмом и етапама развоја маркетинга у туризму 	<ul style="list-style-type: none"> дефинише појма маркетинга; разликује етапе развоја маркетинга; објасни маркетинг оријентацију. 	<ul style="list-style-type: none"> Појам маркетинга; Развој маркетинга; Маркетиншка оријентација у сфери услуга. 	<ul style="list-style-type: none"> На почетку теме ученике упознати са циљевима и исходима наставе / учења, планом рада и начинима оцењивања.
Туристичко тржиште и примена маркетинга	<ul style="list-style-type: none"> Упознавање ученика са туристичким тржиштем (понуда и тражња) 	<ul style="list-style-type: none"> дефинише туристичко тржиште; познаје специфичности туристичког тржишта; објасни туристичку понуду и тражњу; наведе карактеристике туристичке понуде и тражње; на задатом примеру истражује тржиште; образложи појам „здрава конкуренција“; на задатом примеру примењује сегментацију тржишта 	<ul style="list-style-type: none"> Појам и особине туристичког тржишта; Појам и специфичности туристичке понуде; Појам и специфичности туристичке тражње; Стратегија маркетинга у туризму; Маркетинг методе истраживања тржишта; Избор тржишта; Сегментација. 	<p>Облици наставе: Предмет се реализује кроз:</p> <ul style="list-style-type: none"> теоријску наставу (60 часова) <p>Подела одељења на групе Одељење се не дели на групе</p> <p>Методе наставе: Избор метода и облика рада за сваку тему одређује наставник у зависности од наставних садржаја, способности и потреба ученика, материјалних и других услова.</p>
Инструменти маркетинг микса	<ul style="list-style-type: none"> Оспособљавање ученика за примену инструмената маркетинг микса 	<ul style="list-style-type: none"> дефинише туристички производ; наведе факторе креирања туристичког производа; разликује фазе животног циклуса производа; опише квалитетан туристички производ; опише начин иновирања туристичког производа; дефинише цену туристичког производа; наведе и објасни факторе креирања цене; разликује елементе промотивне политике; разликује канале продаје; познаје особине и значај добре локације; примени инструменте на примеру путем презентације. 	<ul style="list-style-type: none"> Појам туристичког производа; Фактори креирања туристичког производа; Животни циклус производа; Квалитет и иновирање туристичког производа; Микс цене у туризму; Микс презентације у туризму; Директни и индиректни начини пласирања туристичког производа; Инструменти маркетинг микса у сфери услуга - људи, процес и физички доказ; Појам и значај локације. 	<p>Користити вербалне методе (метода усменог излагања и дијалогска метода), методе демонстрације, извршење задатка, презентација израде радног задатка ,текстуално-илустративне методе.</p> <p>Предложени облици рада су фронтални, рад у групи, рад у пару, индивидуални рад.</p> <p>Место реализације наставе</p> <ul style="list-style-type: none"> Теоријска настава се реализује у учионици / кабинету <p>Оцењивање У настави оријентисаној ка достизању исхода прате се и вреднују процес наставе и учења, постигнућа ученика (продукти учења) и сопствени рад. Да би вредновање било објективно и у функцији учења, потребно је ускладити нивое исхода и начине оцењивања.</p>
Понашање потрошача у процесу	<ul style="list-style-type: none"> Упознавање ученика са понашањем потрошача у куповини 	<ul style="list-style-type: none"> дефинише факторе који утичу на понашање људи као потрошача; 	<ul style="list-style-type: none"> Основни фактори друштвеног окружења; Понашање потрошача. 	<p>Оцењивање научног (сумативно)</p>

<p>куповине у туризму</p>		<ul style="list-style-type: none"> • објасни основне фазе процеса одлучивања; • анализира основне ризике при куповини услуге. 		<p>Ученик се оцењује на основу:</p> <ul style="list-style-type: none"> • усмене провере постигнућа, • писмене провере практичног рада, • извештаји, • есеја <p>Оцењивање за учење (формативно)</p> <p>Ученик се оцењује на основу:</p> <ul style="list-style-type: none"> • посматрање, • контролне вежбе, • дијагностички тестови, • самоевалуација, • вршњачко оцењивања, • практичне вежбе <p>Препорука за реализацију:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Посета стручним сајмовима и изложбама <p>Међупредметно повезивање</p> <ul style="list-style-type: none"> • Основе туризма и угоститељства • Економика туристичких и угоститељских предузећа • предузетништво
<p>Истраживање туристичког тржишта и формирање маркетиншке базе података</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Упознавање ученика са основним техникама истраживања тржишта и базом података 	<ul style="list-style-type: none"> • објасни поступак исраживања тржишта у реалном окружењу; • објасни начине формирања маркетиншке базе података; • наведе могуће проблеме у формирању базе података. 	<ul style="list-style-type: none"> • Маркетинг - информациони системи и његови елементи; • Маркетинг истраживања. 	